

правило, предлагаемые туры по времени рассчитаны на несколько дней и достаточно дорогостоящие, что делает их более привлекательными для туристов из-за рубежа.

1. Экскурсии по Беларуси / Официальный сайт белорусского туроператора «Автоматизированные технологии туризма» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://att.by/>. – Дата доступа: 8.09.2017.
2. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 117 с.
3. Экстрим-Туры / ТрофиБел-Тур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://trophybel-tour.by/ru/ekstrim-tury-all> – Дата доступа: 8.09.2017
4. Большой энциклопедический словарь / под. ред. Лапина И.К. - М.: АСТ 2008. - 1248 с.

ИНТЕРНЕТ КАК МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Лапатнева С.В.

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Янкевич Е.М., ст. преподаватель

Сейчас мы живем в век инноваций. Интернет, Web-сайты, мобильные телефоны, социальные сети и т.д. 10 лет назад эти понятия были неизвестны большинству людей. Однако сейчас они вошли в нашу жизнь и продолжают активно на неё влиять и изменять её. Стоит отметить и тот факт, что по многим исследованиям и прогнозам главной отраслью мировой экономики должен стать туризм и получил он такое стремительное развитие благодаря интернету, в этом и проявляется актуальность исследования.

Цель исследования — изучить Интернет-ресурсы и оценить их степень влияния на развитие туристического бизнеса.

Материал и методы. Материалом исследования послужили статистические данные Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, туристические сайты Республики Беларусь: сайт агротуризма, веб-портал "Экскурсии", сервисы онлайн-бронирования туристических услуг vetliva.by, teztour.com, topbelarus.com и другие. В исследовании применялись следующие методы: описательно-аналитический, сравнительно-сопоставительный, методы анализа и синтеза.

Результаты и их обсуждение. На сегодняшний день Интернет участвует во всех сферах деятельности человека, в том числе и в туризме. Сфера туризма в Интернете нашла новые возможности для своего развития, причем очень перспективные, так как Интернет влияет на маркетинг туризма больше, чем любая другая технология со времен изобретения телевидения. Он стал очень важным методом продвижения туристического продукта в современном обществе.

В своей деятельности туристским предприятиям постоянно необходимы новые средства продвижения и продажи туристских продуктов и услуг, маркетинговую информацию клиентам.

Следует отметить, что современный туристический бизнес невозможно представить без использования Интернета, который имеет много преимуществ и возможностей для развития туризма, а именно: поиск «горящих» туров, возможность сотрудничества с иностранными партнерами[1]. Важным является то, что благодаря Интернету белорусские и иностранные граждане могут самостоятельно выбрать экскурсию либо туристический маршрут посредством специализированных веб-ресурсов.

Нами исследованы некоторые ресурсы в сети Интернет и выявлены их особенности, например:

официальный туристический портал Беларуси www.belarus.travel, на котором содержится информация не только о природных и культурных ресурсах Беларуси, её традициях и обычаях, но и об отдыхе и туризме на территории страны. На этом сайте туристы могут найти брошюры, которые можно скачать и ознакомиться с тем, что можно сделать в Беларуси. Туристический портал раскрывает неизвестную Беларусь для туристов.

Национальное агентство по туризму Республики Беларусь www.belarustourism.by, на сайте которого можно найти информацию о подготовленных экскурсоводах и гидах-переводчиках о мероприятиях и событиях проводимых в Беларуси для туристов, о турах предлагаемых им, а для экскурсоводов есть информация о семинарах и подготовительных курсах.

РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» www.otpusk.by, занимается организацией и продажей туров и экскурсий по Беларуси и в другие страны, продажей авиа- и автобусных билетов, размещением информации о программах и стоимости туров, датах выезда, порядке оплаты и т.д.;

сервисы онлайн-бронирования туристических услуг vetliva.by, teztour.com, topbelarus.com и др., которые занимаются подбором и бронированием туров, мест в гостиницах, домах отдыха, санаториях, агроусадебках и содержат описания и фотографии отелей, экскурсий, адреса и телефоны фирм-партнеров и т.д.;

веб-портал "Экскурсии" **ekskursii.by**, где туристы могут сделать онлайн-заказ экскурсий и туров по Беларуси, увидеть график проведения экскурсий, описание маршрутов, ознакомиться с ценами и сведениями о городах и достопримечательностях Беларуси;

сайт агротуризма belkraj.by, где представлен каталог агроусадебк Белоруси, содержащий описание инфраструктуры, перечень услуг, цены; справочник музеев, мемориальных комплексов, достопримечательностей; афишу мероприятий; статьи об агротуризме и многое другое;

интернет-проект "Клиники Белоруси" **clinicsbel.by**, на котором туристы могут ознакомиться с подробной информацией о санаторно-курортном лечении, услугах, оказываемых в этой области, страховании и бронировании мест;

Следует утверждать, что все исследованные нами ресурсы в сети Интернет между собой взаимосвязаны, помогают развитию туризма и продвижению Республики Беларусь на туристическом рынке. На всех сайтах и порталах есть вся необходимая информация для путешествия и отдыха как на территории Белоруси, так и за её пределами. Огромным плюсом является, что на сайтах можно выбрать язык, а это значит, что не только жители страны, но и иностранные граждане смогут посмотреть эти источники и узнать всю необходимую информацию. На сайтах находятся все необходимые контакты, по которым можно связаться с организациями или туристическими предприятиями. Своим необычным дизайном, сайты привлекают потенциальных туристов. Достоинством является то, что на многих сайтах находятся ссылки на другие сайты и порталы Республики Беларусь.

Нами выяснено, что благодаря современным интернет-платформам, мобильным приложениям можно организовать самостоятельное путешествие, не выходя из дома: забронировать билеты, оплатить гостиницу либо квартиру, оплатить экскурсии и т.д.

Важным является, что с помощью Интернета клиенты могут посмотреть на планируемое место своего отдыха, забронировать горящий тур или авиабилет, получить онлайн-консультацию, внести какие-либо изменения в программу своего путешествия, найти попутчиков и т.д. Для предприятий туристической сферы Интернет важный элемент для продвижения и выживания на рынке. Так как он обуславливает необходимость важных изменений и адаптаций. В любом случае, Интернет становится неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, с ним невозможно не считаться.

Несмотря на преимущества в процессе исследования сайтов были выявлены и недостатки: туристические предприятия Белоруси недостаточно используют новые информационные технологии для рекламы своей деятельности, не все активно пользуются рекламой в сети Интернет, можем утверждать, что немногие сайты сделаны высококлассными специалистами, не всегда информация на сайтах обновляется оперативно.

Заключение. Подводя итоги исследования, можно сказать, что использование Интернета в сфере туризма многогранно и разнообразно. Сеть Интернет дает возможность туристическим фирмам получить обратную связь в отзывах о качестве турпродукта, о предлагаемом туристическом продукте, использовать системы бронирования и резервирования; самостоятельно формировать туры; получать оперативную информацию о тарифах и ценах отелей, ресторанов и перевозчиков, о потребностях своих клиентов, что способствует продвижению турпродукта. Мы рекомендуем туристическим предприятиям чаще проводить опросы, чтобы знать о пожеланиях и потребностях своих клиентов, размещать информацию о самых выгодных предложениях на первой странице, добавлять больше вспомогательной информации (погода, фото отелей, мест отдыха и т.д.), регулярно обновлять сайты и информацию на них, проводить рекламу и различные мероприятия для привлечения туристов.

1. Ефремова, М.В. Основы технологии туристического бизнеса [Текст]: учебное пособие /М.В. Ефремова. – М.: Издательство «Ось-89», 2005.
2. Применение Интернета в туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tourfaq.net/travel-business/internet-v-turizme/> – Дата доступа: 05.09.2017.
3. Квартальнов, В.А. Иностранный туризм [Текст]. / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2008.
4. Леонтьев, В.П. Новейшая энциклопедия Интернет [Текст]. / В.П. Леонтьев. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2011.